

**ANALISIS PENJUALAN PRODUK SYAHAJA DAN PRODUK SYAFAAT  
PADA PT. AL IJARAH INDONESIA *FINANCE* (ALIF) CABANG  
PEKANBARU**

**ABSTRAK**

**NOVIA DESTI**

Kata kunci : Penjualan, Produk Syahaja, Produk Syafaat

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penjualan produk syahaja dan produk syafaat pada PT. Al Ijarah Indonesia *Finance* (ALIF) Cabang Pekanbaru. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *Insidental Sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada PT. ALIF Cabang Pekanbaru hingga tahun 2017 yang berjumlah 790 konsumen, sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 89 orang. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara, kuisioner, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa analisis penjualan Produk Syahaja dan Produk Syafaat Pada PT. Al Ijarah Indonesia *Finance* (ALIF) Cabang Pekanbaru berada dalam kategori kurang baik. Hal ini dikarenakan pangsa pasar dan segmentasi pasar yang masih sangat terbatas, minimnya kegiatan promosi dan informasi penjualan yang masih sangat terbatas.

**ANALYSIS SALES OF SYAHAJA PRODUCTS AND SYAFAAT  
PRODUCTS IN PT. AL IJARAH INDONESIA FINANCE (ALIF)  
BRANCH OF PEKANBARU**

**ABSTRACT**

**NOVIA DESTI**

*Keywords: Sales, Syahaja Product, Syafaat Product*

*The purpose of this research is to analyze product sales of syahaja products and syafaat product at PT. Al Ijarah Indonesia Finance (ALIF) Pekanbaru Branch. In this study the authors used incidental sampling techniques. The population in this study is all consumers at PT. ALIF Pekanbaru Branch up to 2017 totaling 790 consumers, while the sample in this study amounted to 89 people. Data collection uses interviews, questionnaires, observation and documentation. Result of research conclude that analysis sale of Product of Syahaja and Product of Syafaat at PT. Al Ijarah Indonesia of Finance (ALIF) Branch Pekanbaru stay in unfavourable category. This matter because of market compartment and market segmentation which still very limited, its minim of activity of sale information and promotion which still very limited.*